

## NDB-Artikel

**Oetker, August** Unternehmer, \* 6.1.1862 Obernkirchen, † 10.1.1918 Bielefeld.  
(evangelisch)

### Genealogie

V Adolf August (1834–90), Bäckerstr. in O.;

M Bertha (1836–1902), T d. Eduard Westphal, Dr. iur., RA in Kassel;

9 *Geschw.*, u. a. →Eduard († 1913), Dr., seit 1904 Teilh. d. Fa. Oetker, →Louis (1866–1933), seit 1906 Teilh. d. Fa. Oetker, führte d. Unternehmen nach O.s Tod weiter (s. Rhdb.);

Ov (?) Albert, Teilh. d. Seidenfa. Deuß & Oetker in Krefeld;

– ⚭ 1889 →Caroline (Lina) (1867–1945), Ehrenbürgerin d. Stadt B., T d. N. N. Jacobi, Inh. e. Textilgeschäfts in Hanau;

1 S Rudolf (1889–1916, ✕, ⚭ Ida Meyer, 1891–1944, ⚭ 2] Dr. →Richard Kaselowsky, 1888–1944, s. NDB XI\*);

E →Rudolf August (\* 1916), in d. Unternehmensleitung tätig, Ursula (⚭ →Ernst Oetker, 1907–98), Inh. d. Marmeladen- u. Konfitürenwerke Schwartau;

Ur-E →August (\* 1944), Vors. d. Geschäftsleitung, →Arend (\* 1939, ⚭ N. N. v. Amerongen), Dr. rer. pol., Mehrheitsgesellschafter d. Schwartauer Werke GmbH, seit 1992 Vors. d. Mittelstandsausschusses d. BDI.

### Leben

Am Gymnasium Bückeburg legte O. 1878 das Abitur ab. Nach einer Apothekerlehre in Stadthagen studierte er Pharmazie in Berlin und promovierte 1888 zum Dr. phil. in Freiburg (Br.). Eine erste Beteiligung an einem Berliner Unternehmen für Apothekeneinrichtung schlug fehl. Mit finanzieller Hilfe seiner Schwiegermutter erwarb O. 1891 die Aschhoff'sche Apotheke in Bielefeld. Dort experimentierte er an der Verbesserung des in Amerika bereits produzierten Backpulvers, das auch in kleinsten Mengen fehlerfrei die richtige Mischung aufweisen sollte. Für dieses Massenprodukt, das er zunächst in seiner Apotheke selbst herstellte, entwickelte O. neuartige Werbe- und Verkaufsmethoden.

Mit den von ihm erstmalig eingeführten kleinen Verkaufseinheiten in 10-Pfennig-Tüten gelang ihm der Durchbruch. „Ein heller Kopf verwendet nur Dr. Oetkers Fabrikate“ lautete 1899 O.s erster Werbespruch. Der daraus entwickelte „Hellkopf“ wurde im gleichen Jahr als Warenzeichen

eingetragen und dient seitdem als Emblem für alle Markenartikel, die O.s Namen tragen. Der Werbeetat des Unternehmens betrug bald ca. 6% des Umsatzes. Den Backpulverpäckchen wurden Rezepte beigegeben, Kochbücher mit Oetkerrezepten wurden kostenlos verteilt. O. gab außerdem Informationsschriften, z. B. über „Chemische Präparate für Haushalt und Gewerbe“ oder über ernährungswissenschaftliche Fragen heraus, die er mit der Nennung seiner Produkte verknüpfte. Das entsprach seiner wissenschaftlichen Neigung, bedeutete aber auch eine neue, effektive Form der Werbung. Von O. selbst geschulte Reisende verteilten Gutscheine und Probekartons in ganz Deutschland. In einer eigenen Werbeabteilung ließ er die von ihm so genannten „Verkaufshelfer“ wie Werbeplakate, Schilder und Dekorationsmaterial entwickeln. Das Angebot wurde um Puddingpulver, Vanillezucker, Einmachhilfe, Gustin etc. erweitert. 1900 siedelte das Unternehmen in ein neues Fabrikgebäude um; Erweiterungen folgten mit dem raschen Anstieg der Produktpalette auf ca. 20 Produkte. Die Zahl der Mitarbeiter stieg von zunächst 20 Packerinnen in der Apotheke auf 350 Beschäftigte in der Fabrik vor dem 1. Weltkrieg. 1907 zahlte O. erstmals einen Gewinnanteil an alle Werksangehörigen aus. 1909 und 1912 kaufte O. drei Nahrungsmittelfirmen auf. Die Zurückdrängung von engl. Mondamin und amerik. Backpulver erhöhte die Marktchancen der „Dr. Oetker“-Produkte während des 1. Weltkrieges noch zusätzlich.

O. eroberte sich mit relativ geringem Kapitaleinsatz in Maschinen und Bauten unter geschickter Ausschaltung der Konkurrenz innerhalb von zwei Jahrzehnten einen wesentlichen Marktanteil in der Nahrungsmittelbranche. Von einem Vetter seines Vaters hatte er den harten amerik. Geschäftsstil kennengelernt, aus dem Elternhaus die puritanische, sparsame Lebenshaltung übernommen. Die konsequente Anwendung von ihm selbst entwickelter moderner Werbe- und Marketingmethoden zu einem sehr frühen Zeitpunkt machte seine Produkte allgemein bekannt, verschaffte ihm entscheidende Marktvorteile und war eine wesentliche Grundlage seines unternehmerischen Erfolges. Bereits 1903 hatte O. an der Gründung des „Verbandes der Fabrikanten von Markenartikeln“ initiiierend mitgewirkt.

Seine Fabrik gestaltete O. als Familienbetrieb mit patriarchalischem Führungsstil gegenüber seinen Mitarbeitern. In der Stadt blieb er ein reich gewordener Außenseiter. Über seine kurzzeitige Stadtverordnetentätigkeit ist wenig bekannt; direktes soziales Engagement übte er im Stillen aus, größere Spenden machte er an naturwissenschaftliche Einrichtungen. Der Tod des einzigen Sohnes und vorgesehenen Erben traf ihn schwer. Dessen Witwe heiratete →Richard Kaselowsky, der das Unternehmen über den 1. Weltkrieg und die Inflationszeit hinüberrettete. Der Enkel O.s, →Rudolf August, entwickelte aus den Nahrungsmittelbetrieben eine diversifizierte Unternehmensgruppe, dessen Sohn →August leitet das Familienunternehmen bis heute. Der inzwischen europ. ausgerichtete Konzern, engagiert in Nahrungsmittelindustrie, Brauereien, Schifffahrt, Fischfang, Sekt- und Weinproduktion, Hotellerie, Banken und Versicherungen, ist in der „Rudolf Oetker Holding GmbH & Co KG, Bielefeld“ zusammengefaßt. |

## **Auszeichnungen**

Mitgl. d. KWI (1911);

KR (1913).

## **Literatur**

Das Buch d. Gefolgschaft, ... Aus d. Gesch. d. Fa. Dr. A. O., [1941] (P);

Eine Marke hat Geb.tag, 1949;

B. Frhr. v. Nolcken, Zum 100. Geb.tag v. Dr. A. O., 1962;

75 J. Dr. Oetker, 1966 (P);

100 J. Dr. Oetker, in: Neue Westfäl. Ztg., Sonderbeil, ohne Datum (1991);

S. Pollard u. R. Möller, in: Rhein.-Westfäl. Wirtsch.-Biogrr. XIV, 1991, S. 356-77 (P).|

## **Quellen**

Qu StA Münster; Mitt. Firmenarchiv Oetker.

## **Autor**

Barbara Gerstein

## **Empfohlene Zitierweise**

, „Oetker, August“, in: Neue Deutsche Biographie 19 (1998), S. 470-471 [Onlinefassung]; URL: <http://www.deutsche-biographie.de/.html>



---

02. Februar 2024

© Historische Kommission bei der Bayerischen Akademie der Wissenschaften

---